



# DEVELOPPER LA FREQUENTATION DE VOTRE SITE CULTUREL

Les sites culturels font l'objet d'un travail important pour leur conservation, leur entretien, leur restauration pour les générations futures puissent en profiter

Cependant la fréquentation actuelle des sites culturels peut et doit être améliorée, toute « ouverture au public » le plus large possible ayant comme principal objectif de faire connaître et apprécier un monument, une église aux habitants de proximité mais aussi aux publics éloignés ou qui ne font que passer. En ce sens, le site culturel mais aussi tout son environnement, ville ou pays rural, font aussi partie du parcours de la visite.

Cette formation propose de vous donner les clés et les outils nécessaires à la création ou à l'amélioration de la fréquentation d'un site culturel et de son environnement.

## OBJECTIFS

- Mieux connaître les publics actuels, mais surtout les publics potentiels susceptibles de visiter un site culturel
- Identifier les partenariats nécessaires, au niveau local et national
- Faire lien avec les objectifs des politiques locales (Ville ; Département, Région, Intercommunalités...)
- Créer un projet de développement culturel durable: enjeux et stratégies, moyens et calendrier, cadre de son évaluation.

## PUBLIC

PROFESSIONNELS de la Culture et du Tourisme : directeurs de sites culturels, d'Office du Tourisme, de Comité régionaux et départementaux. Chargés des publics et des politiques d'accueil, et toute personne désirant étendre ses compétences en termes de compréhension des méthodes et outils nécessaires pour créer une nouvelle fréquentation ou accroître la fréquentation des sites culturels.

## METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques et méthodologiques adaptés au vécu des participants.

Jeux de rôle et mise en situation s'appuyant sur des cas-types de bonnes pratiques (Comportements des visiteurs ; évaluation formative ; jeu élus/professionnels ; où et comment se prend la décision...)

## PROGRAMME

### ANALYSE DE LA FREQUENTATION ACTUELLE DU SITE OU D'UN ENSEMBLE DE SITES

- Les politiques locales
- Les ressources – études des comportements
- Les premiers éléments stratégiques à disposition

### ETUDES COMPARATIVES

- Etude de cas similaires, en France et à l'Étranger
- Les différentes démarches
- La question des coûts
- Les transferts de bonnes pratiques

### LES CHANGEMENTS PROFONDS INDUITS PAR L'APPROCHE DES PUBLICS

- Les publics existants/potentiel/en ligne ;
- Anticipation et travail sur les agendas
- Mobilisation de compétences nécessaires
- La fidélisation de l'ensemble des visiteurs.

### LES NOUVELLES APPROCHES

- Les publics de proximité/publics éloignés : que faut-il faire « Avant, Pendant et Après la visite ?
- De la médiation culturelle traditionnelle aux nouvelles stratégies, plus globales.
- Que peut-on « mettre en ligne » ? Comment s'y prendre ?

**DUREE : 1 JOUR**